

Valores e ícones da cultura juvenil na Guiné-Bissau: uma abordagem individualista e não-essencialista à dinâmica local/global

Lorenzo I. Bordonaro

CEAS – Centro de Estudos de Antropologia Social, Lisboa

lo_bordonaro@hotmail.com

Porque é que os jovens Bijagós do centro urbano de Bubaque acham *cool* andar de gangas, chapéu de baseball e ténis? A partir destas questões da minha experiência de pesquisa na Guiné-Bissau, viso contribuir ao debate sobre as dinâmicas entre local e global, ultrapassando a dialéctica entre resistência e homogeneização. Sem negar as estratégias geopolíticas e as relações de dominação, explorar as conexões entre local e global significa na prática etnográfica considerar as ligações que os indivíduos em contextos específicos estabelecem com os significados e os produtos que o seu habitat cultural lhes oferece e que podem escapar uma delimitação espacial precisa, esquecendo a preocupação com uma fictícia autenticidade e negando uma formulação rígida da identidade e do sujeito.

Palavras-chave: Globalização, Jovens, Consumo, Bijagós, Guiné Bissau.

A minha intenção nesta comunicação é a de explorar a relevância e a pertinência do conceito de ‘estilo cultural’ (um noção que pertence mais aos Cultural Studies do que à antropologia) para descrever a cultura juvenil urbana em África ocidental, salientando como a circulação de modas, roupas, óculos de sol e estilos, não produz homogeneização, mas pelo contrario é utilizada nos contextos locais para produzir novas diferenças e distinções. Estas reflexões têm a sua origem em uma pesquisa efectuada na ilha de Bubaque, Arquipélago dos Bijagós, Guiné Bissau, com jovens rapazes, mais especificadamente no único pequeno centro urbano do Arquipélago, chamado familiarmente Praça¹.

Bem que seja um pequeno centro, com mais o menos 2000 habitantes permanentes, a Praça funciona - no âmbito restrito do Arquipélago - como um íman para os jovens das ilhas, segundo dinâmicas de migração rural/urbana bem conhecidas

¹ Originalmente tratava-se de um posto construído pelos Portugueses, sede da administração colonial da Região: é uma *zona de contacto*, onde não só Europeus e Bijagós se encontraram e se encontram, mas também onde Guineenses de outras regiões e comerciantes de diferentes nacionalidades exercem as suas actividades.

em África. De facto a Praça tem atraído nos últimos anos muitos jovens que queriam abandonar o sistema tradicional de produção da aldeia, muitas vezes como primeira etapa de uma deslocação mais definitiva para Bissau, a capital do país.

Um dos aspectos mais sobressaliente dos jovens que vivem neste espaço são as suas narrativas modernistas, caracterizadas pelas oposições próprias da ideologia da modernidade. Definindo-se a si mesmos como “desenvolvidos”, urbanos, educados, os jovens da *Praça* contrapõem-se ao mundo das aldeias, considerado com desprezo como atrasado, primitivo e não civilizado. Uma das modalidades mais espectaculares de expressão desta diferença, é a atenção que os jovens demonstram pela moda, para o cuidado do seu aspecto segundo cânones que se referem à uma circulação mais ampla de estéticas e atitudes. Em particular, quem desse um passeio na Praça de Bubaque no Sábado a noite, ficaria surpreendido para o cuidado com quem rapazes e raparigas se vestem, se adornam: as atitudes, os corte de cabelo, as roupas, todos respondem a uma estética, um estilo que os rapazes chamam *cool*. Ser *cool* não é só vestir gangas, ténis de marca, chapéu de baseball e absurdos óculos de sol nas escuras noites de Bubaque. É também uma maneira de andar, de cumprimentar os amigos, de falar, de tratar com as meninas. Paralelamente ao que acontece em outros lugares em África (Larkin 2000, Weiss 2002), a estética do *cool* em Bubaque tem muito a ver com ícones de sucesso global da cultura negro-americana, nomeadamente a cultura do hip-hop, mediada e reinterpretada por os artistas da cena musical Africana e Lúso-Africana em particular.

Ora bem, como temos que interpretar estes aspectos da cultura material? A antropologia já salientou muitas vezes nos últimos anos como estes traços não podem ser facilmente considerados aspectos de um processo de homogeneização devido à ‘globalização cultural’. Estas interpretações tristo-tropicalistas baseiam-se sobre uma ideia de imobilidade e autenticidade das culturas que a antropologia recusou em nome de uma imagem mais dinâmica, criativa e crioula.

Em termo gerais, as mais recentes leituras antropológicas interpretam a moda como uma prática social que visa à formulação e a expressão da identidade e a significação de diferenças sociais. Estas aproximações consideram o vestuário como sinal e como objecto de consumo: um campo de representação social onde identidades individuais e sociais são criadas, como também um lugar de acção social e política. A relevância dos hábitos, e das práticas de consumo em geral, para a constituição e como

marca de identidade, foi também considerada produtivamente pela antropologia do consumo, que visa a considerar esta actividade como uma forma de produção cultural e de construção de identidade. Um dos méritos fundamentais desta abordagem, é que supera a retórica modernista que condena o consumo de produtos globais ou estrangeiros em contextos locais como perda de identidade, de autonomia e de autenticidade, rejeitando firmemente o paradigma da homogeneização global, e movendo para o um paradigma da crioulização. Sem esquecer as geografias ocultas de produção que também fazem parte das relações sociais de consumo, é verdade que se nos condenamos o consumo como emulação ou imitação, nós denegrimos as capacidades criativas e expressivas das pessoas de apropriar-se e de usar bens estrangeiros para o próprio propósito.

Segundo esta abordagem, acho que podemos considerar a pratica do vestir *cool* em Bubaque como uma forma de apropriação de produtos e imagens com circulação transnacional, em acordo com estratégias locais de identidade e de distinção social. Em particular o conceito de distinção pode dar nos umas pistas importantes. No interior das dinâmicas modernistas, de facto, as características da cultural juvenil que temos salientado, são compreendidas melhor como praticas de distinção do mundo das aldeias e como afirmação de uma identidade urbana e moderna². O cuidado pela moda, pode ser de facto interpretado como mais um signo de distinção do mundo rural da aldeia que os homens jovens querem exhibir no contexto urbano. Para a maioria deles a *Praça* é o lugar onde alguém tem que se vestir correctamente, à moda, quase um palco da modernidade. As roupas são também um sinal de 'civilização' e de 'desenvolvimento', eficaz para marcar o distanciamento dos valores e hábitos da aldeia, manifestando ao mesmo tempo proximidade com o ambiente moderno da *Praça*.

² Mas para perceber melhor é preciso dar alguns detalhes sobre o conflito generacional que opões jovens e anciãos. De facto, a cultura da modernidade dos jovens da praça não pode ser compreendida sem referencia à estrutura social das aldeias. Neste contexto, a subordinação dos jovens aos velhos é um elemento essencial da organização social: tornar-se ancião é um processo complexo que exige a passagem através vários graus de idade e o pagamento contínuo aos membros das classes de idade superiores. A iniciação divide a população masculina em dois grupos opostos: os que já adquiriram o estatuto de homem adulto e os que ainda são “crianças”, e portanto não têm acesso à terra e às mulheres. Os rapazes que abandonaram as aldeias para viver na *Praça* criticam as normas éticas e as instituições “tradicionalis” e tentam subtrair-se a estas relações de poder. As suas críticas baseiam-se na contraposição entre dois termos chave: *desenvolvimento* por um lado e *cultura* do outro. A contraposição ideológica entre “tradição” e “modernidade”, evidente nas palavras dos jovens, adquire um valor específico e profundamente local, conferindo voz e descrevendo em termos reconhecidos uma dialéctica generacional.

Xarife, um rapaz de 17 anos que entrevistei em Bubaque, deu-me um relato extremamente significativo neste sentido:

Mas ao final eu percebi que aquela vida [na aldeia] não é uma boa vida. Eu percebi que não é uma vida boa porque eu vim na Praça. E vi algumas pessoas, colegas, como eles se vestiam... as vezes na aldeia, alguém fica na rua com o traseiro de fora. Eu percebi que esta coisa é ma. Vim na Praça, vi os meus colegas, como eles se vestiam (*é ta bisti*), então fui para a aldeia e percebi que não era possível viver assim para um ser humano. Assim foi à Praça, vender mangas. Comprei a minha roupa, voltei para a aldeia, vesti os meus vestidos na aldeia em frente dos meus colegas, e eles olhavam para mi com admiração.

Sem fazer referências aqui aos que salientaram a função de distinção de algumas prática de consumo (nomeadamente Veblen 1998 e Bourdieu 1979), o que eu quero propor aqui é a possibilidade de uma interpretação original deste tipo de características culturais, se utilizarmos um conceito que não é propriamente antropológico: o de ‘estilo cultural’. De facto, uma aproximação sociológica à moda e às práticas de consumo que realça a sua relevância quer para marcar e elaborar um estilo de vida distinto, bem como para a construção da diferença e a produção de identidade, foi proposto nos anos Setenta pelo Center for Contemporary Cultural Studies na análise das sub-culturas juvenis no Reino Unido. O texto fundamental desta abordagem é *Subculture: the meaning of style* do Dick Hebdige (1979), onde a noção de estilo como ‘prática significativa’³ é proposta para explicar como a diferença é activamente produzida e utilizada em uma sociedade. Aliás, a noção de estilo como prática significativa pode também nos oferecer explicações alternativas e não-essencialistas sobre como a diferença não só é significada e marcada, mas *produzida* por essas mesmas práticas em um contexto social, em direcção de uma aproximação performativa e prática às identidades sociais.

A noção de estilo cultural pode então oferecer uma solução original ao problema da definição de modernidade local e nesta direcção já foi utilizado por James Ferguson na Zambia (Ferguson 1999). Segundo esta abordagem, o contraste entre ‘moderno’ e ‘tradicional’, no seu significado local, não tem a ver nem com o fim da tradição face ao avançar da modernidade, nem com a imitação de uma cultura hegemónica. Moderno e tradicional, são duas práticas simbólicas socialmente posicionadas, realizadas (enacted)

³ The notion of signifying practice was initially elaborated in France by the *Tel Quel* group.

em uma conjuntura social e político-económica específica, na qual as pessoas improvisam estratégias duráveis e motivadas de auto-construção e apresentação. A atitude *cool* dos jovens, pode bem ser considerada como um aspecto de um 'estilo cultural' em quanto conjunto de práticas que significam diferenças e alianças entre as categorias sociais, enfatizando o caractere consciente, construído e cultivado dessas práticas.

Isto não significa claro que os jovens recitavam - no sentido que nós geralmente damos a este termo - e que o seu teatro terminava ao fim do dia, deixando espaço para identidades mais autênticas. Os jovens do Praça não eram actores que ao fim do espectáculo tiravam os seus chapéus de baseball, os óculos de sol, e os ténis Nike para voltar a vestir uma máscara cornuda e tornar-se novamente 'verdadeiros' Bijagós de aldeia. Afirmar que modernidade é uma questão de estilo não significa dizer que é uma questão de possuir um certo tipo de vestidos, mas que se trata de 'práticas encarnadas, executadas com êxito' (Ferguson 1999: 98).

Embora seja verdade que um estilo não é o resultado exclusivo de escolhas individuais e que as pessoas também são limitadas em parte por condicionamentos económicos e sociais, um estilo é claramente pelo menos em parte uma actividade, um processo motivado de auto-construção: é neste sentido que poderíamos utilizar uma ideia de *cultivação de estilo*, um processo em parte consciente como também inconsciente, que envolve quer uma deliberada auto-construção quer determinações estruturais. Não se trata de manter que os indivíduos flutuam livremente num oceano de signos que eles podem apropriar e utilizar a vontade para se construir uma identidade *ad hoc*. As pessoas sempre vivem naquela área posicionada entre a lógica micro-sociológica da situação social e as estruturas globais e regionais da economia política. O estilo cultural é uma capacidade de utilizar e manifestar signos em uma maneira que posiciona o actor em relação a categorias sociais relevante. Ser *cool* para os jovens em Bubaque não é simplesmente um estilo que se pode mudar ou adoptar ao acaso. É uma competência performativa que tem que ser aprendida e interiorizada: é uma estratégia de sobrevivência em uma situação de poder tensa, que vê por um lado os anciãos na aldeia, por outro o Estado pós-colonial, e, no horizonte, os fantasmas da Europa e do Ocidente.

E é em relação a estes fantasmas que, em conclusão, um aspecto importante da cultura material dos jovens, da qual as roupas também fazem parte, não podem não ser

salientado, um aspecto que nos permite de adicionar mais uma perspectiva à puramente semiótica até agora salientada. A relação que os jovens têm com a materialidade das coisas não é só puramente semiótica, mas tem também a ver com *fascinação* e *sedução*, com a qualidade material das coisas *em si*. Esta abordagem nos permite por um lado dar uma imagem mais concreta e realística dos jovens, que não são só actores sociais cientemente utilizando signos de distinção, mas indivíduos vivos, fascinados e seduzidos pela materialidade das coisas, pelo seu carácter estético. Pessoas com um gosto, um sentido da beleza. Por outro lado nos permite, mais criticamente, questionar e investigar a *origem* do *valor* destes aspectos da cultura material, questão que não acaba de suscitar debates. Acho que é exactamente neste ponto, na articulação e na dialéctica entre apropriação e sedução, que a investigação sobre a cultura material tem que focar a sua atenção.

Referências bibliográficas

BOURDIEU, Pierre, 1979, *La distinction. Critique sociale du Jugement*. Paris, Les éditions de minuit.

1.

FERGUSON, James, 1999, *Expectations of Modernity. Myths and Meanings of Urban Life on the Zambian Copperbelt*. Berkeley, University of California Press.

HEBDIGE, Dick, 1979, *Subculture: The Meaning of Style*. London, Methuen.

LARKIN, Brian, 2000, “Bandiri Music, Globalization and Urban Experience in Nigeria”, *Cahiers d’Études Africaines*, 168 (XLII-4): 739-762.

VEBLEN, Thorstein, 1998 [1899], *The Theory of the Leisure Class*. Amherst (NY), Prometheus.

WEISS, Brad (2002), “Thug realism: inhabiting fantasy in urban Tanzania”, *Cultural Anthropology* 17(1), 93-124.